

ANALISIS KEINTEGRASIAN PASAR KOMODITAS KOPI DI KABUPATEN TANGGAMUS PROVINSI LAMPUNG

Muhammad Husaini ¹⁾

1) Dosen Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Unila.

Abstrak

Penelitian ini dilaksanakan di Kabupaten Tanggamus untuk mengetahui tataniaga komoditas kopi. Persoalan utama dalam tataniaga kopi di Kabupaten Tanggamus adalah masih lemahnya daya tawar petani dalam menjual produksi kopi kepada pedagang. Diduga sebagai penyebab utamanya adalah ketidakefisienan tataniaga dan belum terintegrasinya pasar. Oleh karena itu penelitian ini mencoba untuk menelaah tentang efisiensi pemasaran kopi dengan meneliti tentang saluran pemasaran dan integrasi pasar.

Dari hasil penelitian diperoleh gambaran bahwa saluran pemasaran komoditas kopi di kabupaten Tanggamus terdiri dari dua tipe, yaitu:

- (a) Tipe 1 Petani menjual kepada Pedagang Pengumpul Desa, Pedagang Pengumpul Desa menjual kepada Pedagang Kecamatan, dan selanjutnya pedagang kecamatan menjual kepada eksportir*
- (b) Tipe 2 Petani menjual kepada pedagang Pengumpul Desa, Pedagang Pengumpul Desa selanjutnya menjual kepada eksportir*

Memperhatikan saluran pemasaran di atas dengan menggunakan pendekatan model Timmer diperoleh hasil bahwa pasar belum terintegrasi dengan sempurna. Sebagai akibatnya petani selalu mengalami keterlambatan dalam menerima kenaikan harga, dan sebaliknya lebih cepat dalam menerima penurunan harga. Padahal secara statistik keterkaitan harga antar lembaga pemasaran cukup erat

Dari temuan ini disarankan agar petani membentuk suatu lembaga yang mampu mengakses informasi pasar dan mampu memutus mata rantai pemasaran agar menjadi efisien.

Kata kunci: Keintegrasian pasar.

PENDAHULUAN

Usahatani tanaman perkebunan (khususnya tanaman kopi) yang ada saat ini didominasi pertanian rakyat dengan beberapa kelemahan, yaitu: (1) skala usaha kecil, (2) lokasi usahatani yang terpencar-pencar, (3) tingkat teknologi dan kemampuan manajemen rendah, (4) permodalan lemah, (5) belum akses terhadap pasar dan struktur pasar.

Kabupaten Tanggamus merupakan daerah yang masih memiliki potensi untuk berkembangnya produksi pertanian tanaman kopi baik melalui usaha ekstensifikasi maupun intensifikasi. Apabila dilihat dari pembentukan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Kabupaten Tanggamus, tampak bahwa sektor pertanian masih menunjukkan sumbangan yang besar dibandingkan sektor lainnya, yaitu secara rata-rata sebesar 36,38 persen setiap tahunnya, dan produksi tanaman perkebunan (khususnya kopi) merupakan komoditas tanaman pangan utama di daerah ini

Sebagaimana kegiatan ekonomi pada umumnya, kegiatan usaha tani terdiri dari kegiatan pengadaan sarana produksi, kegiatan produksi, maka kegiatan lain yang tidak kalah pentingnya adalah kegiatan pemasaran.

Pemasaran merupakan salah satu kunci utama keberhasilan mengenai pentingnya agribisnis. Produk-produk agribisnis yang tidak dapat dipasarkan secara lancar dan efisien tentu saja akan sangat mengganggu dan bahkan mengancam keberlanjutan agribisnis. Para petani khususnya petani kecil, pemahaman mengenai pentingnya pengembangan pasar pada umumnya masih sangat terbatas. Keterbatasan pengetahuan, kecilnya aset, kebutuhan mendesak, belum terbentuknya pola pemasaran bersama. Para petani tentu saja akan sulit mengembangkan pasar produk-produknya apabila mereka melakukannya secara individual.

Seperti kegiatan produksi, kegiatan pemasaran menghendaki adanya efisiensi, dalam arti akan meningkatkan kepuasan konsumen dan distribusi pendapatan yang relatif adil bagi pihak produsen dan lembaga tataniaga terkait. Oleh karena itu penelitian bertujuan untuk menganalisis corak aliran pemasaran (saluran tata niaga) yang berpengaruh terhadap efisiensi pemasaran, elastisitas transmisi harga, dan keterpaduan pasar hilir dengan pasar produk ditingkat produsen (petani) tanaman perkebunan kopi di Kabupaten Tanggamus.

METODE PENELITIAN

A. Metode Pengumpulan Data

Data primer diambil secara langsung ke responden secara terstruktur dengan daftar pertanyaan yang telah disusun, dan data sekunder dikumpulkan dari instansi terkait.

B Metode Penentuan Lokasi Penelitian

Untuk keperluan analisis margin pemasaran, nisbah keuntungan, menganalisis corak saluran distribusi menggunakan data primer dari petani yang bermukim di lokasi penelitian. Adapun cara menentukan lokasi penelitian dan penentuan jumlah sample petani dilakukan dengan Metode *Cluster Random Sampling* dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Menentukan dua kecamatan yang memiliki luar areal tanaman kopi terluas.
- b. Dari kecamatan terpilih akan dipilih desa lokasi penelitian sejumlah 10 persen dari jumlah desa yang memiliki tanaman kopi.
- c. Setelah menentukan desa sampel baru menentukan sampel orang (petani).

C. Metode Analisis

Dalam kajian ini digunakan analisis deskriptif dan empiris. Analisis mencakup:

(1). Saluran pemasaran

(2) Margin Pemasaran

$$M_{ji} = B_{Pi} + \pi_i \dots\dots\dots (1)$$

Keterangan:

M_{ji} = Margin pemasaran pedagang j pada level pedagang ke i

B_{pi} = Biaya pemasaran lembaga pemasaran tingkat ke i

π_i = Keuntungan lembaga pemasaran tingkat ke i

(3) Elastisitas Transmisi Harga

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X \dots\dots\dots (2)$$

X = Harga ditingkat konsumen/pemakai

Y = Harga tingkat petani

β_1 = Koefisien regresi antara X dan Y

Dapat ditulis rumus Elastisitas Transmisi Harga sebagai berikut:

$$\varepsilon = \frac{dx}{dy} \cdot \frac{y}{x} \text{ atau}$$
$$\varepsilon = \frac{1}{\beta_1} \cdot \frac{y}{x} \text{ atau (3)}$$

Kriteria pengukuran elastisitas Transmisi Harga menurut Hasym (1994), yaitu:

- a. $\varepsilon = 1$, maka, marjin pemasaran tidak dipengaruhi harga ditingkat konsumen, dengan demikian pasar telah berada pada sistem pemasaran yang efisien.
- b. $\varepsilon \leq 1$, maka marjin pemasaran dipengaruhi harga ditingkat konsumen, dan pasar dari komoditas tidak bersaing sempurna (belum efisien).
- c. $\varepsilon \geq 1$, maka: marjin pemasaran dipengaruhi harga ditingkat konsumen, pasar tidak bersaing sempurna dan sistem pemasaran belum efisien.

(4) Integrasi Pasar

Menguji integrasi pasar ditujukan untuk mengukur besarnya kontribusi harga di pasar konsumen terakhir terhadap pembentukan harga di pasar petani diukur dengan *Index of Market Connection (IMC)* yang dikembangkan berdasarkan Model Timmer (1987) dengan menggunakan regresi Linier Berganda.

$$P_{jt} - P_{jt-1} = d_0 + d_1 (P_{jt-1} - P_{rt-1}) + d_2 (P_{rt} - P_{rt-1}) + d_3 P_{rt-1} + e_t \text{(4)}$$

Keterangan:

P_{jt} = Harga kopi ditingkat petani pada waktu ke t

P_{rt} = Harga kopi pada tingkat konsumen pemakai terakhir pada waktu t.

D_i = Koefisien regresi

e_t = Standar error

Dari hasil regresi di atas akan digunakan untuk mengukur *IMC* dengan rumus:

$$IMC = \frac{(1 + d_1)}{(d_3 - d_1)} \text{(5)}$$

Bila nilai *IMC* mendekati 0 berarti pasar semakin terpadu dalam jangka pendek, artinya kondisi penawaran dan permintaan di pasar komoditas kopi diteruskan secara efektif ke pasar petani dan mempengaruhi harga pada pasar petani. Pengukuran keterpaduan jangka panjang diperoleh dari nilai koefisien regresi yang menggambarkan perubahan marjin di pasar konsumen terakhir yang dapat mempengaruhi harga di pasar petani.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

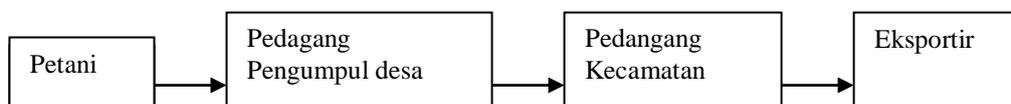
A. Analisis Saluran Pemasaran Kopi

Berdasarkan hasil penelitian pada sentra produksi kopi di kabupaten Tanggamus tentang pola penjualan produksi kopi, terdapat 2 (dua) pola pemasaran yaitu:

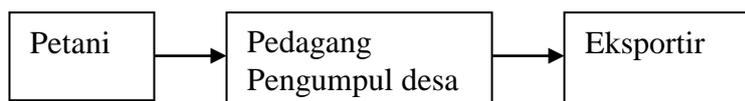
- a. Petani menjual kepada pedagang pengumpul desa, selanjutnya pedagang pengumpul desa menjual kepada pedagang kecamatan, dan pedagang kecamatan langsung menjual kepada eksportir
- b. Petani menjual langsung kepada pedagang kecamatan, selanjutnya pedagang kecamatan menjual langsung kepada eksportir

Secara skematis kedua pola pemasaran kopi di Kabupaten Tanggamus dapat digambarkan sebagai berikut:

a. Saluran pemasaran yang pertama



b. Saluran pemasaran yang kedua



Gambar Saluran Pemasaran komoditas kopi di Kabupaten Tanggamus

Saluran pemasaran kopi di Kabupaten Tanggamus sebagian besar mengikuti pola yang pertama, dan hanya sebagian kecil yang mengikuti pola yang kedua.

Pada saluran pemasaran pertama, petani biasanya datang sendiri kepada pedagang pengumpul desa untuk menjual kopinya dengan harga tertentu yang sudah disepakati. Dalam hal ini biaya pengangkutan biasanya ditanggung oleh petani. Demikian juga pedagang pengumpul desa membawa sendiri kopi hasil pembelian dari petani tersebut untuk dijual di pedagang kecamatan, semua biaya pengangkutan juga menjadi tanggungan si pedagang pengumpul desa. Demikian juga halnya ketika pedagang kecamatan menjual kopinya kepada eksportir, semua biaya pengangkutan menjadi tanggungan si pedagang kecamatan.

Sistem pembelian kopi oleh para pedagang, juga memiliki mekanisme yang berbeda antara pedagang pengumpul desa dengan pedagang kecamatan, bahkan dengan eksportir. Pedagang pengumpul desa umumnya mendapat bantuan modal dari pedagang kecamatan (diberi modal oleh pedagang kecamatan). Selanjutnya pedagang pengumpul desa mempunyai keharusan untuk menjual kopinya kepada pedagang kecamatan yang memberi bantuan modal tersebut. Terhadap petani, pedagang pengumpul desa tidak jarang memberikan uang muka (*advance payment*) kepada petani ketika petani sedang melakukan pemrosesan (penggilingan). Hal ini dimaksudkan agar petani tersebut tidak menjual kopinya kepada pedagang desa yang lain. Praktik semacam ini merupakan salah satu strategi para pedagang pengumpul desa dalam mengatasi persaingan antar pedagang.

Lain halnya dengan pedagang kecamatan dengan eksportir, hampir tidak ada keterkaitan langsung antara keduanya. Bahkan tidak jarang pedagang kecamatan ini memperoleh harga yang kurang baik dibanding dengan pedagang kecamatan daerah lain. Hal ini terjadi karena beberapa alasan, misalnya mutu kopinya tidak sesuai dengan standar pembelian yang ditetapkan oleh eksportir, kadar air yang tinggi, tingkat keutuhan biji kopi yang rendah, dan sebagainya. Para pedagang kecamatan bila menemui kondisi seperti ini tidak memiliki daya tawar yang cukup, sehingga pasrah dengan ketentuan tersebut. Bahkan tidak jarang para pedagang kecamatan ini memperoleh penundaan pembayaran sampai jangka waktu tertentu. Jika kondisi ini terjadi, maka efeknya kebelakang akan melemahkan pasaran kopi di daerah asalnya. Adanya variasi pemasaran seperti yang disebutkan di atas, akan berdampak pada perbedaan biaya pemasaran. Perbedaan biaya ini terutama pada biaya pengangkutan dan biaya penyimpanan pada masing-masing lembaga tataniaga yang dilalui saluran pemasaran.

Fungsi pedagang pengumpul desa dan pedagang kecamatan hingga saat ini masih sangat diperlukan dalam tataniaga kopi di Kabupaten Tanggamus. Hal ini mengingat pedagang pengumpul desa merupakan penghubung antara petani dengan pedagang kecamatan,

demikian juga pedagang kecamatan merupakan penghubung antara pedagang desa kepada pedagang besar atau eksportir.

Informasi harga biasanya diperoleh petani dari pedagang pengumpul desa, dan selanjutnya akan menyebar dengan sendirinya ke petani yang lain. Di Kabupaten Tanggamus kelompok tani khususnya di bidang perkebunan kopi sudah sejak lama dibentuk, namun lembaga ini hanya mengurus masalah budidaya tanaman kopi dan tidak sampai pada upaya memperbaiki sistem pemasaran. Ini berarti petani dalam memperoleh informasi pasar lebih banyak berhubungan dengan pedagang, baik pedagang pengumpul desa maupun pedagang kecamatan.

Secara umum sistem pemasaran kopi di Kabupaten Tanggamus sudah cukup baik, dalam arti jika terjadi gejolak harga di tingkat eksportir, akan sesegera mungkin direspon oleh pedagang tingkat kecamatan dan pedagang dibawahnya, terutama apabila terjadi kemerosotan harga.

B. Analisis Pemerataan Marjin Pemasaran

Berdasarkan hasil penelitian di beberapa sentra produksi kopi di Kabupaten Tanggamus dengan menggunakan responden pedagang pengumpul desa, pedagang kecamatan diperoleh hasil sebagai berikut:

Dari 13 responden yang diteliti ternyata memiliki marjin harga antara pembelian dan penjualan rata-rata sebesar 5,17% (rata-rata Rp 601,92 per kg). Ini berarti para pedagang pengumpul desa dalam menetapkan marjin antara pembelian dan penjualannya cukup realistis (tidak terlalu tinggi). Marjin tersebut juga sudah mencakup berbagai biaya yang telah dikeluarkan selama melakukan aktivitas pembelian dan penjualan komoditas kopi. (lampiran 1)

Di lain pihak marjin pemasaran pada pedagang tingkat kecamatan di kabupaten Tanggamus rata-rata Rp 750,00 per kg atau 6,22%. Dilihat dari besaran angka marjin pemasaran pada tingkat pedagang kecamatan sedikit di atas marjin pemasaran pada pedagang pengumpul desa. Meskipun demikian pada umum pedagang tingkat kecamatan menanggung biaya yang lebih besar dibanding dengan pedagang pengumpul desa, misal biaya penyimpanan, penyusutan, dan berbagai pungutan retribusi oleh pemerintah setempat. Semua biaya-biaya tersebut harus diperhitungkan dalam penetapan marjin pemasaran oleh pedagang kecamatan. (Lampiran 2)

Sedangkan marjin pemasaran pada tingkat eksportir rata-rata selama tahun 2008 sebesar Rp 1158,00 per kg atau 11,08%. Dilihat dari besaran angka di atas nampak bahwa marjin pemasaran pada tingkat eksportir lebih besar dari marjin pemasaran pada tingkat pedagang kecamatan. Namun angka ini masih dianggap wajar mengingat biaya yang harus dikeluarkan oleh eksportir relatif lebih besar dibanding dengan pedagang tingkat kecamatan dan pedagang pengumpul desa. (Lampiran 3)

Dari seluruh saluran pemasaran yang dilalui perdagangan komoditas kopi nampak baik di tingkat pedagang pengumpul desa, pedagang kecamatan, dan eksportir hampir merata dan memiliki besaran angka yang wajar dan tidak terlalu tinggi. Ini berarti bahwa informasi pasar sudah berjalan relatif baik, artinya apabila terjadi perubahan harga di tingkat eksportir, secara langsung akan direspon oleh pedagang pengumpul kecamatan, dan perubahan harga pada pedagang kecamatan langsung akan direspon oleh pedagang pengumpul desa.

C. Elastisitas Transmisi Harga

Untuk mengetahui apakah ada pengaruh perubahan harga di tingkat eksportir terhadap harga di tingkat petani dapat diketahui dari besaran koefisien regresi, dan untuk mengetahui struktur pasar yang berlaku di tingkat petani dan eksportir diguna pendekatan *elastisitas*

transmisi Hubungan antara harga di tingkat petani dengan harga di tingkat konsumen perantara dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi dan Korelasi Harga Komoditas Kopi antara Harga Tingkat Petani, Pedagang Pengumpul Desa (PPD), dan Pedagang Pengumpul Kecamatan (PPK)

Uraian	Koefisien Regresi	Korelasi	t-hitung	F-hitung
Petani - PPD	0,810	0,969	12,365	152,902
PPD - PPK	0,989	0,992	24,824	616,231
PPK - Eksportir	1,200	0,990	22,084	487,684

Dari hasil analisis statistik, pendugaan model struktur pasar antara petani dengan pedagang pengumpul desa, diperoleh nilai *F*-hitung 152,902 dan nilai *t*-hitung 12,365, yang berarti model struktur pasar tersebut signifikan pada tingkat $\alpha = 0,05$. Koefisien regresi harga, sebesar 0,810 yang berarti bahwa kenaikan harga sebesar Rp 1,00 di tingkat pedagang pengumpul desa akan menyebabkan kenaikan harga di tingkat petani sebesar Rp 0,810, demikian juga sebaliknya. Kondisi ini menunjukkan bahwa struktur pasar antara petani dengan pedagang pengumpul desa adalah pasar persaingan tidak sempurna. Korelasi harga antara petani dengan pedagang pengumpul desa sebesar 0,969, artinya terdapat hubungan positif dan sangat erat antara harga di tingkat pedagang pengumpul desa dengan harga di tingkat petani. Apabila terjadi sedikit saja perubahan harga di tingkat pedagang pengumpul desa akan secara cepat direspon oleh petani.

Pada tingkat pedagang pengumpul desa dengan pedagang kecamatan hasil statistik pendugaan menunjukkan hasil koefisien regresi sebesar 0,989. Artinya kenaikan harga di tingkat pedagang kecamatan sebesar Rp 1,00 akan menyebabkan harga ditingkat pedagang pengumpul desa naik sebesar Rp 0,989, dan sebaliknya. Dari hasil analisis statistik ini menunjukkan bahwa struktur pasar yang terjadi antara pedagang pengumpul desa dengan kecamatan adalah pasar persaingan tidak sempurna. Koefisien korelasi harga antara pedagang pengumpul desa dengan kecamatan adalah 0,992 artinya terdapat hubungan positif dan sangat erat antara harga pada tingkat pedagang kecamatan dengan pedagang pengumpul desa. Ini menunjukkan bahwa apabila terjadi perubahan harga pada tingkat pedagang kecamatan akan secara cepat direspon oleh pedagang pengumpul desa.

Demikian juga halnya dengan keterkaitan harga antara pedagang kecamatan dengan harga pada tingkat eksportir menunjukkan hubungan yang sangat erat. Hal ini ditunjukkan oleh koefisien korelasi antara harga pedagang kecamatan dengan harga eksportir sebesar 0,990, yang berarti terdapat hubungan positif dan sangat erat, artinya sedikit saja terjadi perubahan harga pada tingkat eksportir akan direspon secara cepat oleh pedagang kecamatan. Hal ini didukung pula oleh hasil analisis statistik menunjukkan koefisien regresi sebesar 1,200, artinya apabila terjadi kenaikan harga pada tingkat eksportir sebesar Rp 1,00 akan menyebabkan harga di tingkat pedagang kecamatan naik sebesar Rp 1,200. Berdasarkan ciri struktur pasar, maka pasar yang terjadi antara pedagang kecamatan dengan eksportir adalah pasar persaingan tidak sempurna. Hal ini didukung oleh hasil uji statistik dengan uji *F* dengan koefisien 487,684, menyatakan bahwa struktur pasar antara pedagang kecamatan dengan eksportir adalah pasar persaingan tidak sempurna sangat signifikan pada tingkat kepercayaan sebesar 5 persen ($\alpha = 0,05$).

Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh jika terjadi perubahan harga relatif di tingkat eksportir terhadap harga di tingkat petani, maka digunakan analisis transmisi harga sebagai berikut:

Tabel 2. Elastisitas Transmisi Harga petani dengan Harga Eksportir Komoditas Kopi di Kabupaten Tanggamus

Saluran Pemasaran	Elastisitas
Petani – PPD	1,33
PPD - PPK	1,09
PPK - Eksportir	0,93

Dari tabel di atas terlihat bahwa nilai elastisitas transmisi harga pada tingkat petani dan pedagang pengumpul desa sebesar 1,33. Ini berarti bahwa apabila terjadi perubahan harga di tingkat pedagang pengumpul desa sebesar 1 persen akan berpengaruh pada harga di tingkat petani lebih besar dari 1 persen *ceteris paribus*. Pada tingkat pedagang pengumpul desa dan pedagang kecamatan nilai elastisitas transmisi harga sebesar 1,09, artinya apabila terjadi perubahan harga di tingkat pedagang kecamatan sebesar 1 persen akan berpengaruh pada harga di tingkat pedagang pengumpul desa lebih besar dari 1 persen *ceteris paribus*. Sedangkan elastisitas transmisi harga pedagang kecamatan dan eksportir sebesar 0,93, artinya jika terjadi perubahan harga di tingkat eksportir sebesar 1 persen akan berpengaruh pada harga di tingkat pedagang kecamatan kurang dari 1 persen *ceteris paribus*. Memperhatikan besaran nilai elastisitas transmisi harga pedagang kecamatan dan eksportir, maka apabila terjadi kenaikan harga di tingkat eksportir akan menyebabkan harga di tingkat pedagang kecamatan naik tetapi lebih lambat. Demikian juga sebaliknya apabila terjadi penurunan harga di tingkat eksportir, maka akan menyebabkan penurunan harga di tingkat pedagang kecamatan lebih cepat.

D. Analisis Keintegrasian Pasar

Dari hasil penelitian dengan menggunakan data seri waktu (time series) diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 3. Koefisien Regresi Intergrasi Pasar Komoditas Kopi di Kabupaten Tanggamus Tahun 2008

Peubah	Koefisien	t-hitung
Konstanta	- 709,24	
Pjt _{t-1} – Prt _{t-1} (selisih Harga petani dan harga eksportir)	- 0,480	- 1,962
Prt – Prt _{t-1} (Perubahan harga di pasar eksportir)	0,806	27,320
Prt _{t-1} (Harga di pasar eksportir t – 1)	0,043	0,04
R ²	0,993	
R	0,997	
F-hitung	452,486	

Dari hasil perhitungan di atas nilai R² sebesar 0,993, yang berarti bahwa 99 persen perubahan harga di tingkat petani ditentukan oleh harga di tingkat pedagang pengumpul desa, pedagang kecamatan dan eksportir, dan sisanya ditentukan oleh faktor lain. Besarnya pengaruh perubahan harga pada masing-masing lembaga dalam saluran pemasaran kopi di Tanggamus terhadap perubahan harga kopi di tingkat petani ditunjukkan oleh koefisien regresi masing-masing variabel bebas. Dari hasil pengujian secara keseluruhan (uji F) nampak bahwa secara bersama-sama semua variabel bebas berpengaruh secara nyata terhadap variabel terikat pada tingkat signifikansi 1 persen. (*F*-hitung = 452,486). Sedangkan pengujian secara parsial variabel perubahan harga eksportir kurang berpengaruh terhadap perubahan harga di tingkat petani. Hal ini diduga akibat adanya rantai pemasaran yang panjang, sehingga perubahan harga di tingkat eksportir tidak secara langsung akan berpengaruh pada perubahan harga di tingkat petani.

Selanjutnya untuk melihat tingkat keintegrasian pasar kopi di kabupaten Tanggamus digunakan pengukuran *Index of Market Connection* (IMC). Dari hasil perhitungan dengan menggunakan koefisien regresi di atas diperoleh hasil sebagai berikut: $d_1 = - 0,480$; $d_2 =$

0,806; dan $d_3 = 0,0432$, sehingga $IMC = \frac{(1+d_1)}{(d_3-d_1)} = 0,99$. Angka ini menunjukkan

bahwa harga ditingkat petani sampai ke harga di tingkat eksportir kurang terintegrasi karena semakin menjauh dari angka nol. Nilai $d_2 = 0,806$ menunjukkan dalam jangka panjang pasar juga kurang terintegrasi. Kondisi ini mengindikasikan bahwa dalam kenyataannya petani selalu terlambat dalam menerima kenaikan harga dan selalu lebih cepat menerima penurunan harga.

Hasil analisis korelasi harga antara petani dengan eksportir, ternyata benar bahwa terdapat hubungan yang positif antara kedua lembaga pemasaran tersebut, yang ditunjukkan oleh koefisien $r = 0,735$. Namun keterkaitan ini belum efisien sebab apabila terjadi kenaikan harga di pasar kopi, maka pedaganglah yang lebih dahulu menerima kenaikan tersebut, sementara petani selalu terlambat menerima kenaikan harga tersebut. Sebaliknya jika terjadi penurunan harga, maka petanilah yang lebih dahulu menerima penurunan tersebut dan baru kemudian di alami oleh para pedagang. Kondisi ini berlaku baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang, apalagi komoditas kopi memiliki jarak panen yang cukup panjang (minimal 1 tahun sekali)

KESIMPULAN

1. Dalam pemasaran komoditas kopi di Kabupaten tanggamus terdapat 2 tipe sluran pemasaran, yaitu: tipe 1 petani menjual kepada pedagang pengumpul desa, pedagang pengumpul desa menjual kepada pedagang kecamatan, dan pedagang kecamatan menjual kepada eksportir. Tipe yang kedua, petani menjual kepada pedagang pengumpul desa, dan pedagang pengumpul desa menjual langsung kepada eksportir
2. Marjin pemasaran antara pedagang pengumpul desa dan pedagang kecamatan relatif sama dengan marjin tingkat eksportir. Hal ini menunjukkan bahwa informasi pasar relatif sudah berjalan dengan sempurna
3. Sistem pemasran kopi di Kabupaten Tanggamus relatif belum efisien, yang dibuktikan dengan lemahnya keterkaitan antara harga tingkat petani dan harga tingkat eksportir. Hal ini diduga akibat masih panjangnya rantai pemasaran yang harus dilalui, sehingga banyak biaya-biaya yang harus ditanggung oleh masing-masing lembaga yang akhirnya akan dibebankan pada petani sebagai produsen awal.
4. Pasar kopi di Kabupaten Tanggamus belum terintegrasi dengan sempurna, hal ini terbukti petani selalu mengalami keterlambatan dalam menerima kenaikan harga dan selalu lebih cepat dalam menerima penurunan harga

DAFTAR PUSTAKA

- Alex Nitisemitro, 1982. *Marketing*, Ghalia Indonesia – Jakarta
- Aida Sari, 2000. *Pemasaran Jagung Sebagai Bahan Baku Pakan Ternak (Suatu Kasus Daerah Produksi Jagung di Kabupaten Lampung Tengah)*. Tesis Magister Pertanian Universitas Padjadjaran (Tidak dipublikasikan) – Bandung
- Basu Swastha dan Irawan, 1985. *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty Yogyakarta
- Bungaran Saragih, 1998. *Krisis Ekonomi dan Reformasi Agribisnis Berbasis Peternakan*. Lembaga Penelitian – IPB
- Bungaran Saragih, 1995. *Agribisnis dan Transformasi Struktur Ekonomi Pedesaan*. Perhepi, Jakarta

- Budi Santoso, 1987. *Pendugaan Keuntungan dan Skala Usaha Pada Usahatani Kopi Rakyat di Lampung*. JAE Vol.6, IPB, Bogor
- Colkins Peter H and Way NU, 1984. *Improving Marketing of Prishable Commodities; A Case Study of Selected Vegetable in Taiwan*. Asian Vegetable Reseach and Development Centre.
- Debertin, David L, 1986. *Agriculture Production Economics*. Macmillan Publishing Company, New York
- Gittinger, J. Price, 1986. *Analisa Ekonomi Proyek-Proyek Pertanian* (diterjemahkan oleh Slamet Sutomo dan Komet Mangili). UI-Press, Jakarta
- G. Kartasapoetra, 1992. *Marketing Produk Pertanian dan Industri*. Rineka Cipta, Jakrta.
- Halimah W. Kadarsan, 1992. *Agribisnis (Keuangan Pertanian dan Pembiayaan Perusahaan)*. Gramedia, Jakarta
- Hanafiah A.M. dan Saefuddin A.M. 1983. *Tataniaga Hasil Pertanian*. UI-Press, Jakarta
- Ikhsan Samaoen, 1992. *Ekonomi Produksi Pertanian*. Cetakan 1, ISEI, Cabang Jakarta.
- J. Supranto, 1992. *Teknik Sampling Untuk Survei dan Eksprimen*. Rineka Cipta, Jakarta
- Kusnadi, 1986. *Manajemen Usahatani*. Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya, Malang
- Kantor Statistik Kabupaten Tanggamus, 2008. *Tanggamus Dalam Angka 2008*
- Kantor Statistik Provinsi Lampung, 2008. *Lampung Dalam Angka Tahun 2008*
- Miller, Roger LeRoy and Roger E. Mainer, 1993. *Intermediate Microeconomics Theory, Issues, Aplication Third Edition*. Toronto, McGraw Hill Inc.
- Moh. Nazir, 1999. *Metode Penelitian, Cetakan ke-4*. Ghalia Indonesia, Jakarta
- Mosher A.T., 1983. *Menggerakkan dan Membangun Pertanian, Cetakan ke-8*, Yasaguna, Jakarta
- Mubyarto, 1995. *Pengantar Ekonomi Pertanian, Cetakan ke-4*. LP3ES, Jakarta.
- Soekartawi, 1993. *Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian, Cetakan ke-3*. Rajawali, Jakarta.
- , 1994. *Teori Ekonomi Produksi, Edisi 1, Cetakan ke-2*, Rajawali, Jakarta
- , 1999. *Agribisnis (teori dan Aplikasinya)*. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Sjarkowi, Fachrudin dan Marwan Sufri, 2004. *Manajemen Agribisnis*. CV. Baldad Grafiti Press, Palembang.
- Tulus T.H. Tambunan, 2003. *Perkembangan Sektor Pertanian di Indonedia: Beberapa Isu Penting*. Ghalia Indonesia

LAMPIRAN

Lampiran 1.

Tabel 1. Marjin Harga Komoditas Kopi Tingkat Pedagang Pengumpul Desa
Di Kabupaten Tanggamus Tahun 2006

No	Harga Pembelian (Rp/ Kg)	Harga Penjualan (Rp/ Kg)	Marjin (Rp/Kg)	Persentase Marjin
1	11500	12500	1000	8,696
2	12000	12500	500	4,167
3	12850	13500	650	5,058
4	11400	12000	600	5,263
5	11850	12500	650	5,485
6	11400	12000	600	5,263
7	11250	11750	500	4,444
8	11500	12000	500	4,348
9	11400	12000	600	5,263
10	11375	12000	625	5,495
11	11400	12000	600	5,263
12	12000	12500	500	4,167
13	11500	12000	500	4,348
Jumlah	151425	159250	7825	67,260
Rata-rata	11648,077	12250	601,92	5,17

Sumber : Data Primer Pedagang Pengumpul Desa Tahun 2006

Lampiran 2

Tabel 2. Marjin Harga Komoditas Kopi d tingkat Pedagang Kecamatan
Di Kabupaten Tanggamus

No	Harga Pembelian (Rp/ Kg)	Harga Penjualan (Rp/ Kg)	Marjin (Rp/Kg)	Persentase Marjin
1	12200	12700	500	4,10
2	12500	13000	500	4,00
3	11750	12250	500	4,26
4	11750	13500	1750	14,89
5	13000	13500	500	3,85
Jumlah	61200	64950	3750	31,09
Rata-rata	12240,000	12990	750,00	6,22

Sumber : Data Primer Pedagang Pengumpul Kecamatan Tahun 2007

Lampiran 3.

Tabel 3. Marjin Harga Komoditas Kopi d tingkat eksportir

Bulan	Harga Pembelian	Harga Penjualan	Marjin	Persentase
Januari	8000	9800	1600	20,00
Pebruari	8000	9600	1600	20,00
Maret	9000	10600	1000	11,11
April	9000	10000	1500	16,67
Mei	9000	10500	1400	15,56
Juni	10000	11400	1000	10,00
Juli	10500	11500	1500	14,29
Agustus	11000	12500	1000	9,09
September	12000	13000	1000	8,33
Oktober	12500	13500	560	4,48
Nopember	13000	13560	530	4,08
Desember	13400	13930	1207	9,01
Rata-rata	10450	11657,5	1158	11,08

Sumber: Data Primer .